

Universidad del País Vasco
Euskal Herriko Unibertsitatea

FINANTZA EKONOMIA II SAILA
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA FINANCIERA II

MARKETIN SEKTORIALA

2023ko ekainak 19

ABIZENAK: Etxeberria Arzac

IZENA: Xabier **N.A.N:** 49999663D

Zure ebaluazio-sistema aukera ezazu (markatu dagokion laukia):

- **Ebaluazio jarraitua** (Entregatzeko ariketak egin dira eta haien kalifikazioak gordeko dira) [X]
  Azterketaren lehen zatiko galderak erantzun behar dira bakarrik
- **Azken ebaluazioa** (Ez dira entregatzeko ariketak egin edo ez dira lortutako puntuazioak gorde nahi) [ ]
  Azterketaren galdera guztiak erantzun behar dira
- **Azken ebaluazioa, ebaluazio jarraituaren puntuazioren bat gordez** [ ]
  (Entregatzeko ariketaren batean lortutako puntuazioa ez da gorde nahi)

  Azterketaren lehen zatia erantzun behar da, eta baita bigarren zatiko galdera bat ere.
  Erantzuten ez den galderaren kalifikazioa "entregatzeko ariketan" lortutako puntuazioa izango da.

  Erantzungo duzun galdera markatu:

  CAF [ ]

  DUALIA [ ]

Jarraibideak:

✓ **Arkatzez idaztea gomendatzen da, letra garbiarekin.**

✓ **Azterketaren gehieneko iraupena: 2 ordu, lehen zatia egingo dutenentzat.**
2 ordu eta erdi, azterketa osoa egingo dutenentzat.

✓ **Azterketaren lehen zatian 7 puntu lor daitezke gehienez. Bigarren zatian 1,5 puntu lor daitezke gehienez (0,75 puntu kasu bakoitzean).**

AZTERKETAREN LEHENENGO ZATIA

1.

Azken urteotan online jokoa areagotu egin da, hala eskaintzari nahiz eskariari dagokienez. Internet bidezko kasino eta kirol-apustuekiko dagoen erakarpena agerian geratu da. Halako jardueretan ibiltzen dira portzentaje handi batean 18-45 bitarteko adinean diren pertsonak.

Areagotze horren ondorioz, sektore honetako diru-sarrerak modu nabarian handitu dira. Online jokoaren ezaugarriei esker, smartphonearen erabilerarekin batera, joko modalitate hori erakargarriagoa da gazteentzat eta, horrela, sektore hori da xede hartzailea ausazko jokoekin lotutako produktu ugarietan.

Covid-19 gaixotasunak eragindako pandemiarekin online jokoa areagotu egin dela ikusi da eta, denbora gutxian, jokalarien artean horrek izandako ondorioak ikusi ahal izan dira. Pantailen gehiegizko erabilerak, presentziazko jokorako establezimenduak ixtearekin batera, online jokorako joera handitzea ekarri du jardueran hasten diren pertsonen kasuan nahiz ohiko jokalarien artean.

Sareko jokoaren ezaugarri garrantzitsu bat berehalakotasuna da. Horrek portaeran kontrola galtzea eragin dezake eta zorpetzea areagotzea, modu horretan, jokoarekin harrapatuta geratzeko aukera eta adikziorako prozesua bizkortuz.

Ludopatiaren aurka lanean diharduten erakundeek egindako ikerketei jarraiki, online jokoekiko adikzioan errazago erortzea eragiten duten aspektu desberdinak daude; horien artean, irabaziak trebetasun pertsonalen ondorio direla pentsatzea, eta ez zoriaren edo ausaren ondorio; irabaztea erraza dela pentsatzea; jokoa kontrolpean dagoela pentsatzea, galerak ez onartzea.

1.1. Demagun marketin kanpaina baten arduraduna zarela. Haren helburua online jokoekiko adikzioan erortzeko arriskua gutxitzea da eta merkaturatu beharreko produktuari forma eman nahi diozu. Zeintzuk izango lirateke produktu horren osagaiak? Zein erlazio dago osagai horien artean? Zer hartu beharko zenuke kontuan marketin filosofia batekin lanean ari zarela ziurtatzeko? Zure erantzunak emandako informazioan oinarritu behar dira eta ondo argudiatu behar dira (0,7 puntu).

truke, proiektu bakoitzerako behar dituzten tresna guztiak eskuragarri dituzte (behar adina tresna, konponketa zerbitzu fidagarriarekin eta erabiltzeko prest). Izan ere, eraikuntza-proiektu bakoitza desberdina da. Horrela, adibidez, zubi bat eraikitzeko behar diren tresnak desberdinak dira merkataritza-zentro bat eraikitzeko behar direnekin alderatuz. Sistema honi esker, bezeroek eskura dute beti tresna-multzo aproposa eta berritzailea, eta, ondorioz, euren produktibitatea handitu dezakete eta kostuak murriztu.

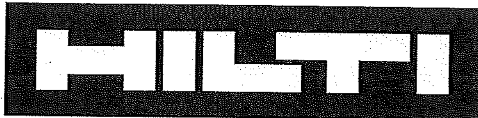
Halaber, euren tresna-multzoa era optimoan kudeatu ahal izateko plataforma digital bat ere eskuragarri dute bezeroek (kontuan izan obra jakin batean eraikitzaileek 100 eta 1000 tresna bitartean erabili ditzaketela). Plataforma honek eraikuntzan erabiliak izaten ari diren tresnei buruzko informazio zehatza eskaintzen du denbora errealean (tresna bakoitzaren kokapena, bakoitzaren errendimendua eta abar), eta, hari esker, erabaki hobeagoak har ditzakete eraikitzaileek.

2.1. Bezeroen eginkizunez kanpoko motibazioek egin al dezakete Hiltiren eskaria prezioarekiko inelastikoagoa izatea? Zergatik? (0,6 puntu)

2.2. Zure ustez marketina era interfuntzionalean aplikatu beharko al litzateke kasu honetan? Zergatik? (0,6 puntu)

1.2. Aplikatu prezioaren kontzeptua kasuari. Nola lortu dezakete kanpainaren arduradunek prezioa murriztea? (0,7 puntu).

2.



Hilti eraikuntza sektoreari zuzendutako enpresa global bat da eta 120 herrialde baino gehiagotara iristen da produktu-zorro zabal batekin; honako produktuak eskaintzen ditu besteak beste: diseinu-softwarea, obran lana egiteko tresnak, trebakuntza, konponketak eta aholkularitza.

Horretarako, ikerketa-laborategi propioak ditu eta baita bere produktuak ekoizteko lantegiak ere, zeinetan ahalegin handia egiten duen bere produktu guztiek goi-mailako kalitatea izan dezaten.

Gainera, saltzaile eta ingeniari-taldeak ere baditu, bezeroarekin elkarlanean aritzen direnak obran bertan soluzio optimoa bilatzeko, eraikuntza-prozesua azkarragoa, errazagoa eta seguruagoa izan dadin.

Baina, ondasun eta zerbitzu hauek guztiak eskaintzeaz gain, tresna-multzoak era berritzaile batean kudeatzeko aukera ere ematen du Hiltik. Alegia, bezeroek kuota finko bat ordaintzen dute hilero, eta, honen

3.2 Demagun autonomoentzako plan osoan barneratzen diren aholkulari pertsonalek eskainitako zerbitzuaren kalitatea neurtu nahi duzula eta, horretarako, SERVQUAL modeloa erabiltzea erabakitzen duzula. Zein pausu eman beharko zenituzke neurketa hori egiteko? Azal itzazu kasuari aplikatuz (0,75 puntu).

3.3. Aholkulari pertsonalek eskainitako zerbitzuaren kasuan, zerbitzuaren banantezintasuna abantaila edo arazotzat hartu beharko genuke? Zein neurri hartu hartuko zenituzke abantaila batean bihur dadin? Argudiatu zure erantzuna (0,5 puntu).

3.



infoautónomos

Infoautónomos enpresak fiskalitatean, kontularitzan eta lan-kudeaketan langile autonomo eta enpresa txikiei laguntzea du helburu, horretarako baliabide eta informazio espezializatua haien esku jarriz. Hamar urteko ibilbidearen ondoren, erreferentziako enpresa bihurtu da sektorean eta 307.685 erabiltzaile erregistratu ditu egun.

Infoautónomosek online zerbitzuak eskaintzen ditu, negozioen eguneroko lanerako beharrezkoak diren aholkularitza-zerbitzuak, informazioa eta kudeaketa-tresnak hain zuzen ere. Bere zerbitzu-zorroa plan edo pakete desberdinen inguruan egituratzen da, hileroko prezio finko baten truke eskaintzen direnak.

Haien artean "Autonomoentzako aholkularitza fiskaleko plan osoa" dago. Plan honen kasuan, 49,99 euroko hileko kuotaren truke, autonomoak bere negozioa estu-estu jarraituko duen aholkulari pertsonala izango du (24 ordutan erantzuten duena orokorrean), eta baita Ogasuneko eta Gizarte-Segurantzako alten kudeaketa, betebehar fiskal guztien kudeaketa, fakturazio-softwarera sarbidea eta online ikastaroetara (bideoak) sarbidea ere.

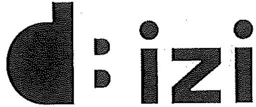
3.1. Azal itzazu ondorego kontzeptuak, kasuari aplikatuz: "barneko bezeroa", "teknologia gogorrak" eta "empowerment". Zerbitzuei aplikagarria den marketin-mixaren 7Pn eredua kontuan hartuz, zein aldagairekin dute kontzeptu horiek lotura handiena? Argudiatu zure erantzunak (0,75 puntu).

2.5. Enpresa honetako marketin arduraduna izango bazina, salmenta indarra erabiliko al zenuke komunikazio tresna bezala? Zergatik? Hiltiren lan-alorra kontuan hartuta, zein oinarrizko gomendio emango zenituzke publizitate-mezuak diseinatzerako orduan? (0,6 puntu)

2.3. Aplikatu merkatuen dimentsio bertikalaren kontzeptua kasu honi. Zein eragin du horrek Hiltiren marketin jardueretan? (0,6 puntu)

2.4. Bezeroen leialtasuna handitzeko "zerbitizazio" estrategia erabiltzen ari al da Hilti? Zein paper betetzen du industria 4.0k kasu honetan? Zure erantzunak arrazoitu (0,6 puntu).

4.



Dbizi Dbusek (Donostiako garraio-enpresa publikoak) eskainitako bizikleten alokairu-sistema bat da. Bizikleta mekanikoak, elektrikoak eta punta-puntako geltokiak eskaintzen ditu hirian barrena mugikortasuna errazteko asmoz. Sistema erraza, azkarra eta intuitiboa da; nahikoa da gune batean txirringa hartu eta beste batean uztea, sisteman erregistratu eta tarifa mota bat aukeratu ondoren.

Marketin sektorialaren zein alor aplikatuko zenuke/zenituzke ondorengo truke bakoitzean? Argudiatu erantzunak marketinaren aplikazio egokitua justifikatzen duten aldagaiak oinarritzat hartuz (0,6 puntu).

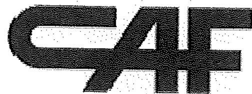
4.1. Dbusek gazteen artean bizi estilo jasangarria sustatze aldera marketin kanpaina bat jarri nahi du abian.

4.2. Bizikleten fabrikatzaile batek txirringa modelo berri bat merkaturatzeko Dbus hartu du xede-merkatutzat.

4.3. Dbusek Dbiziren eskaria suspertu nahi du merkatu-segmentu jakin batean.

AZTERKETAREN BIGARREN ZATIA

1. kasua (0,75 puntu)



CAFek merkaturatutako material gurpilduna erreferentziatzat hartuz (har ezazu, esaterako, trenen kasua), deskriba ezazu bere industria produktua osatzen duten osagaiak, bai enpresaren ikuspegitik eta baita bezeroaren ikuspegitik ere. Nola erabili dezake enpresak "Leadmind" plataforma produktuaren balioa areagotzeko? Argudiatu erantzunak.



Universidad del País Vasco
Euskal Herriko Unibertsitatea

2. kasua (0,75 puntu)



Dualiaren telefono bidezko interpretazio-zerbitzuan oinarrituz, aplikatu "egiaren uneen" kontzeptua kasuari eta azaldu haiek ikuspegi praktiko batetik kudeatzeko kontuan hartu beharreko giltzarriak.